CANADEXPORT

www.canadexport.gc.ca

Volume 24 > Numéro 13
15 juillet 2006

L'ATTRAIT DE L'INDE >

Grippe aviaire : les firmes canadiennes doivent s'y préparer

Les quelque 250 Canadiens qui vivent et travaillent à Cernavoda, une ville de 20 000 habitants en Roumanie orientale, ont été parmi les premiers Canadiens à subir les contrecoups de la grippe aviaire après que la découverte du virus dans le delta du Danube cette année eut entraîné des restrictions sur les déplacements dans la région.

AP Photo/Vadim Ghirda

Un travailleur sanitaire romain désinfecte un camion en provenance de la Turquie, où a été détecté un foyer de grippe aviaire chez les humains.

Bien que personne n'ait été atteint, cet incident montre que les Canadiens affectés à l'étranger seront parmi les premiers à être touchés en cas de pandémie. Les fonctionnaires et les représentants de l'industrie exhortent les exportateurs canadiens à se préparer dès maintenant à cette éventualité, même si l'on ignore quand et comment frappera la pandémie.

Quels sont les risques outre ceux qui sont liés à la santé humaine? « Pour de nombreuses entreprises, ce sera une question de survie », affirme Perrin Beatty, président de Manufacturiers et exportateurs du Canada (MEC).

Dans un document récent intitulé *Pandémie de grippe : Guide de planification de la continuité pour les entreprises canadiennes*, les MEC recommandent aux entreprises de nommer un coordonnateur en cas de pandémie et d'établir une liste des employés et d'autres éléments essentiels, comme les matières premières et les fournisseurs. L'association recommande également de prévoir le nombre de travailleurs qui devraient s'absenter en cas de pandémie, et de former et préparer une main-d'œuvre auxiliaire (par exemple, des retraités) qui pourrait prendre la relève au besoin.

Selon les MEC, les entreprises devraient établir des directives à suivre en cas de pandémie afin de réduire le plus possible les contacts entre personnes, notamment en limitant les déplacements et les réunions, en autorisant le télétravail et les horaires variables, en déterminant les précautions à prendre en cas de toux, et en obligeant les employés qui tombent malades à prendre leurs congés de maladie.

En outre, les entreprises devraient prévoir l'évacuation des zones touchées par le virus et établir des directives s'appliquant aux travailleurs qui reviennent de ces régions.

Dans un récent séminaire virtuel mené par le Gartner Group au sujet de la planification de la continuité dans les entreprises en cas de pandémie, 50 % des participants ont déclaré que leur entreprise avait nommé une personne chargée d'agir en cas de pandémie; seulement 39 % avaient mis au point un plan de continuité s'appliquant spécifiquement à une pandémie de grippe.

Les coûts pourraient être énormes pour l'économie mondiale : dans un rapport intitulé *Avian Flu: Economic Impact*, la Banque mondiale rappelle que l'épidémie de SRAS en Asie orientale s'est traduite par une baisse de 2 % du PIB de cette région au deuxième trimestre

voir page 2 - Grippe aviaire

Affaires étrangères et Commerce international Canada
Foreign Affairs and International Trade Canada
Canada

2007-01908/

Grippe aviaire - suite de la page 1

de 2003. Le rapport indique également qu'une baisse de 2 % du PIB mondial causée par une épidémie de grippe entraînerait une perte d'environ 800 milliards de dollars par année. Au pire, l'épidémie aurait un effet catastrophique tant sur la population humaine que sur l'économie mondiale.

Trois ans après la crise du SRAS, Toronto en ressent encore les effets. Selon Andrew Weir, vice-président des communications de Tourism Toronto, certains congrès prévus pour 2007 ont été annulés il y a trois ans sans que les organisateurs reviennent sur leur décision après coup.

L'Organisation mondiale de la Santé (OMS) suit l'évolution du virus de la grippe aviaire et lancera une alerte de pandémie dès qu'on aura confirmé qu'un nouveau virus est en train de se propager d'un humain à l'autre

Selon un document de l'OMS (Comment faire face à la menace d'une pandémie de grippe aviaire. Mesures stratégiques recommandées), les autorités politiques seront soumises à d'importantes pressions de la part d'une population soucieuse d'être protégée. Le rapport indique également que « les pays disposant de plans d'action, qu'ils auront de préférence éprouvés à l'avance, seront les mieux placés pour prendre rapidement les décisions et les mesures voulues ».

Les mêmes remarques s'appliquent dans le cas des entreprises.

Selon Perrin Beatty, il est essentiel que les entreprises établissent un plan de continuité en cas de pandémie. Ce plan prendrait en considération tous les éléments de risque pour l'entreprise, tant en ce qui concerne les fournisseurs qu'en ce qui a trait à l'entreprise elle-même.

Perrin Beatty souligne que la tâche est particulièrement complexe pour les exportateurs, qui doivent tenir compte des conditions qui existent dans d'autres pays, où la pandémie pourrait frapper en premier lieu et où la planification pourrait différer de celle des entreprises canadiennes.

Selon Ruth Archibald, coordonnatrice principale de la préparation à une pandémie au ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, une pandémie de grippe se distingue de désastres tels que les tremblements de terre car elle menace les ressources humaines plutôt que les infrastructures matérielles. C'est pourquoi il sera souvent essentiel que les employés puissent travailler à domicile.

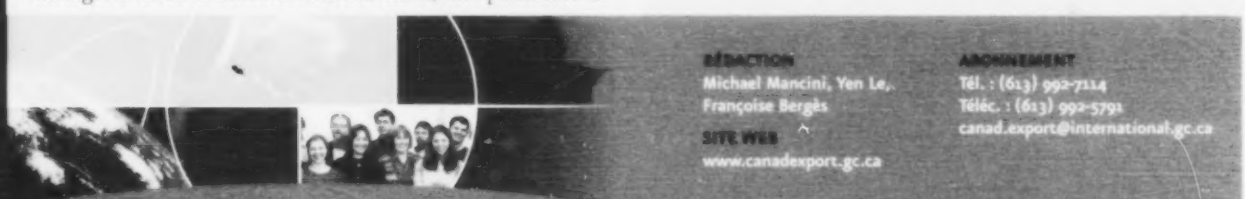
Ruth Archibald ajoute que les entreprises doivent se préparer et que les voyageurs et les personnes qui travaillent à l'étranger doivent savoir quels services les ambassades et consulats canadiens pourront ou ne pourront pas offrir (les soins médicaux, par exemple).

La Banque mondiale souligne qu'une des leçons tirées de la crise du SRAS est qu'une politique de diffusion rapide de l'information au public peut aider à contenir le coût économique d'une épidémie.

Pour plus de renseignements sur le *Guide de planification de la continuité pour les entreprises canadiennes en cas de pandémie de grippe*, consulter le site Web des MEC : www.cme-mec.ca.

Sites Web liés à la grippe aviaire :

- **Portail du gouvernement du Canada pour les pandémies** : www.influenza.gc.ca/
- **Affaires étrangères et Commerce international Canada** : www.international.gc.ca/avianflu-fr.asp
- **Agence de santé publique Canada** : www.phac-aspc.gc.ca/influenza/index_f.html
- **Santé Canada** : www.hc-sc.gc.ca/iyh-vsv/diseases-maladies/avian-aviare_f.html
- **Agence canadienne d'inspection des aliments** : www.inspection.gc.ca/ www.beaware.gc.ca
- **Gouvernement des États-Unis** : www.PandemicFlu.gov
- **Organisation mondiale de la Santé** : www.who.int/csr/fr/index.htm
- **Banque mondiale** : www.banquemondiale.org/
- **Centers for Disease Control and Prevention** (comprend une liste de contrôle pour les entreprises) : www.cdc.gov/business



CanadExport est un bulletin bimensuel publié par la Direction des services de communication de Affaires étrangères et Commerce international Canada.
Tirage : 54 000 exemplaires
Also available in English.
ISSN 0823-3349

On peut reproduire sans autorisation des extraits de cette publication aux fins d'utilisation personnelle à condition d'indiquer la source en entier. Toutefois, la reproduction de cette publication en tout ou en partie à des fins commerciales ou de redistribution nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite de *CanadExport*.

RÉDACTION
Michael Mancini, Yen Le, Françoise Bergès
SITE WEB
www.canadexport.gc.ca

ABONNEMENT
Tél. : (613) 992-7114
Téléc. : (613) 992-5791
canad.export@international.gc.ca

Pour un changement d'adresse ou une annulation, renvoyer l'étiquette avec les changements. Prévoir un délai de quatre à six semaines.
Convention de la poste-publication n° 40064047

Retourner toute correspondance ne pouvant être livrée au Canada à :
CanadExport (CMS)
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2

L'attrait de l'Inde : des possibilités quasi illimitées

Occupant un territoire qui s'étend de l'Himalaya aux tropiques, la population de plus de 1 milliard d'habitants de l'Inde forme la plus grande démocratie au monde. Or, la taille même du pays et son besoin urgent de développement se traduisent par une demande presque insatiable de biens et de services, une demande que les entreprises canadiennes sont bien placées pour satisfaire.

Les réseaux de transport de l'Inde ont un besoin pressant de réparations. L'amélioration du réseau routier, des chemins de fer, des ports de mer et des aéroports nécessitera l'injection de centaines de milliards de dollars au cours des prochaines années. Dans le secteur de l'énergie, l'Inde espère doubler sa capacité de production électrique d'ici 2012. La qualité de l'environnement, menacée par la croissance économique rapide, a grand besoin d'attention. Le développement agricole exigera la mise en place de nouveaux systèmes d'entreposage, de conditionnement et de distribution.

Dans tous ces secteurs, le Canada possède à la fois les capacités et les compétences nécessaires pour fournir à l'Inde ce dont elle a besoin. Il a d'ailleurs déjà commencé à le faire. Selon Statistique Canada, les exportations de marchandises vers l'Inde en 2003 ont rapporté 764 millions de dollars aux entreprises canadiennes, soit 13,4 % de plus qu'en 2002. En raison de la sous-comptabilisation, il se peut même que cette somme soit plus élevée de 20 %, de sorte que la moyenne des exportations canadiennes vers l'Inde pourrait frôler le milliard de dollars annuellement. Il n'est donc pas étonnant que les entreprises canadiennes découvrent les attraits de l'Inde.

Un marché à nul autre pareil

L'Inde pourrait bien être, en fait, le plus important marché émergent de la planète. Douzième économie mondiale, elle connaît un essor rapide, et l'on prévoit que la croissance de son PIB atteindra entre 6 % et 7,5 % en 2004-2005. Par contre, environ 65 % de ses habitants sont des villageois qui tirent leur subsistance de l'agriculture, la pauvreté est omniprésente et les infrastructures sont insuffisantes. Dans les grandes villes, des millions de personnes s'entassent dans des quartiers surpeuplés, ce qui met à rude épreuve les systèmes de transport et d'approvisionnement en eau ainsi que les installations d'élimination des déchets.

En 1991, le gouvernement indien, reconnaissant qu'un développement économique plus rapide pourrait aider à régler de tels problèmes, a commencé à introduire des réformes économiques : déréglementation de l'industrie, forte réduction des droits de douane, baisse des impôts et nationales et la simplification des règles en matière d'investissement étranger, notamment. C'est ainsi que l'économie indienne s'est engagée dans une expansion continue qui se poursuit à ce jour.

La libéralisation économique ne constitue pas l'unique facteur à l'origine de la prospérité croissante de l'Inde. L'une des plus grandes forces du pays réside dans son important bassin de travailleurs anglophones très instruits, issus d'excellents collèges et écoles offrant des programmes d'études de qualité supérieure. L'enseignement technique est facilement accessible; le pays compte des milliers d'écoles d'ingénieurs décernant des grades et des diplômes, et plus de 800 instituts de formation avancée en informatique.

Les résultats sont probants. Par exemple, d'avril à septembre 2004, la croissance du PIB de l'Inde s'est située à 7 %, malgré la baisse de la production agricole liée à la mauvaise température. Selon le ministère de la Statistique et des programmes, le secteur industriel et celui des services ont affiché une croissance particulièrement vigoureuse au cours de cette période, de l'ordre de 8,02 % et de 8,25 % respectivement. Du côté des consommateurs, la baisse des taux d'intérêt (maintenant à 7 %, comparativement à 12 % en 1996) a aussi contribué à l'essor économique du pays.

Modernisation des réseaux de transport : tout est à faire.

On estime raisonnablement la croissance économique pour 2005-2006 à 6 %, bien que le gouvernement indien vise 8 % pour cette période. Mais peu importe quelle prévision se réalisera, une chose est certaine : l'Est continuera d'offrir de nouveaux horizons aux entreprises canadiennes.

Pour plus d'information sur le marché indien, consultez le nouveau portail sur l'Inde d'Équipe Canada inc à www.affairescanadainde.ca.

Délégué commercial virtuel

Accédez à un monde de savoir commercial

Êtes-vous un entrepreneur canadien prêt à exporter? Avez-vous ciblé vos marchés et développé une stratégie d'exportation? Passez-vous des heures à examiner des tonnes de pages Web à la recherche de bons renseignements sur vos marchés? Si vous avez répondu « oui » à ces questions, inscrivez-vous comme client du Service des délégués commerciaux du Canada et obtenez une page Web personnalisée.

Il est primordial d'agir à temps

Un avis reçu en temps opportun concernant de bons clients potentiels ou une information commerciale de premier intérêt peut faire toute la différence pour votre entreprise en vous avertissant de l'existence d'un nouvel acheteur, d'un nouveau marché ou d'une occasion de faire de bonnes affaires. Nous savons que vous n'avez pas toujours le temps de chercher ce type d'information, c'est pourquoi nous avons amélioré notre système de notification afin qu'il vous soit plus facile d'obtenir l'information souhaitée lorsque vous le désirez.

Vous avez maintenant la possibilité de demander à votre Délégué commercial virtuel de vous avertir des occasions d'affaires et de vous envoyer l'information sur les marchés tous les jours, toutes les semaines ou tous les mois. Vous pouvez même choisir le jour précis de l'envoi.

Dès que vous aurez choisi une fréquence à votre convenance, vous recevrez un bulletin d'information par courriel réunissant automatiquement des renseignements adaptés au profil de votre entreprise. Il n'y a aucune recherche à faire; votre inscription vous donne directement accès aux liens portant sur les occasions d'affaires, les études de marchés ou les articles qui vous concernent.

Il vous suffit de choisir la fréquence à laquelle vous souhaitez recevoir l'information et de laisser le Délégué commercial virtuel faire le reste.

Comment choisir votre fréquence de notification

- Allez à « Votre compte »
- Cliquez sur « Modifier ou annuler votre abonnement... »
- Choisissez « Quotidien, Hebdomadaire ou Mensuel »
- Sauvegardez votre choix

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le Service des délégués commerciaux du Canada et recevoir votre Délégué commercial virtuel personnalisé, consultez :

www.infoexport.gc.ca

Priorités canadiennes pour l'accès aux marchés mondiaux

Le gouvernement du Canada entend élargir l'accès des produits canadiens au marché américain et poursuivre ses efforts en vue de conclure des accords d'investissement avec la Chine et l'Inde, déclare David Emerson, le ministre du Commerce international, dans son rapport annuel sur le commerce.

L'édition 2006 d'*Ouverture sur le monde : Priorités du Canada en matière d'accès aux marchés internationaux*, rendue publique en juin, présente les priorités du gouvernement dans ses démarches pour améliorer l'accès des produits, services et investissements canadiens aux grands marchés étrangers et décrit les principaux résultats obtenus en 2005.

Le gouvernement entend négocier un accord de libre-échange avec la Corée du Sud et mettre à profit le cadre économique et l'étude conjointe en cours avec le Japon. De plus, il cherchera à assurer le succès des négociations sur le Programme de Doha pour le développement de l'Organisation mondiale du commerce.

Un nouvel outil

Le rapport s'accompagne d'une base de données sur les obstacles aux échanges commerciaux et aux investissements qui renferme des renseignements d'une importance cruciale pour les entreprises canadiennes. Cet outil permettra aux compagnies qui exportent déjà ou qui envisagent de le faire d'acquérir une connaissance plus approfondie des marchés considérés et des problèmes qui pourraient influencer leurs décisions. L'accès à la base de données se trouve à la page http://wo1.international.gc.ca/CIMAP/Default.aspx?Language=fr

Pour plus de détails sur le rapport, consulter la page www.dfait-maeci.gc.ca/tna-nac/cimap-fr.asp. Pour en obtenir une copie papier, envoyer un courriel à consultations@international.gc.ca.

Des entreprises autochtones établissent des liens grâce au Web

Quiconque veut s'implanter sur les marchés étrangers doit avoir de solides liens d'affaires, ce qui peut exiger beaucoup de temps et d'argent. Une mission commerciale faisant appel au Web a récemment montré qu'on peut s'en tirer sans y consacrer trop de temps ou d'argent.

Le printemps dernier, des entreprises autochtones de Toronto et de Phoenix se sont servies d'une mission commerciale virtuelle (une première pour les groupes autochtones) pour étudier les moyens d'améliorer les services de santé et d'éducation dans leurs localités respectives grâce aux techniques de télésanté et de télé-apprentissage. Cette activité sera suivie d'une mission sur place à Phoenix qui aura lieu plus tard cette année.

C'est là une initiative très intéressante pour les groupes et les exportateurs autochtones qui veulent offrir des services rentables dans ces domaines, en particulier dans les communautés éloignées. « Cette activité virtuelle a été un moyen peu coûteux de préparer le terrain en vue d'une mission commerciale sur place, dit Lewis Staats, des Six Nations du territoire de Grand River (Ontario). Nous espérons que le nombre d'initiatives basées sur le Web va se multiplier. »

Au nombre des participants figuraient Lewis Staats et Olivia Sloan, de l'Inter-tribal Council de l'Arizona, ainsi que des membres de communautés autochtones des deux pays et des représentants du secteur public et des secteurs concernés. L'activité était organisée par le gouvernement du Canada et la New Media Business Alliance.

Renseignements : Eleonore Rupprecht, Affaires étrangères et Commerce international Canada (bureau régional de Toronto), courriel : eleonore.rupprecht@international.gc.ca, site web : www.infoexport.gc.ca.

Des affaires se cuisinent au Salon international de l'alimentation

Paris, du 22 au 26 octobre 200_ : Ne manquez pas le **Salon international de l'alimentation** (SIAL)! Les quelque 30 exposants présents au Pavillon du Canada l'an dernier ont déclaré avoir trouvé 1 200 clients en puissance et prévoyaient un chiffre d'affaires global de plus de 10 millions de dollars grâce à cette participation.

Il n'y a là de quoi s'étonner : le SIAL est en effet la plus grande foire alimentaire au monde et il attire plus de 135 000 experts de l'industrie, en quête de nouveaux fournisseurs ou de nouveaux produits. La manifestation réunit plus de 5 000 exposants venus de 99 pays, appartenant à toutes les catégories de taille, depuis les PME jusqu'aux grandes multinationales.

Agriculture et Agroalimentaire Canada est en train d'organiser le Pavillon du Canada à cet événement très couru. Réservez votre place dès maintenant, car les espaces sont attribués selon le principe du premier arrivé, premier servi.

Renseignements : Denise Gravel, Agriculture et Agroalimentaire Canada, tél. : (613) 759-7746, courriel : graveld@agr.gc.ca, site Web : http://www.ats.agr.gc.ca/events/4122_f.htm.

Des artistes canadiens participeront à une mission commerciale

Chicago, du 10 au 12 novembre 2006 > Les artistes et les propriétaires de galerie d'art canadiens qui s'intéressent au marché des États-Unis songeront probablement à participer au **Sculpture Objects & Functional Art (SOFA) Show**, un salon des objets d'art haut de gamme consacré au verre, à la céramique, au bois, au métal, à la fibre et à la sculpture. Une fois de plus, le consulat général du Canada à Chicago enverra une mission commerciale à cette activité courue.

L'an dernier, 45 participants canadiens — dont des artistes, des propriétaires de galerie d'art et des représentants des conseils des arts provinciaux — ont appris comment exporter vers le marché des États-Unis et ont rencontré des spécialistes de l'industrie. L'édition 2005 a accueilli plus de 80 galeries sélectionnées de partout dans le monde.

« Depuis sa création, SOFA est une activité précieuse pour les représentants des galeries d'art canadiennes, affirme Ann Rosen du consulat général du Canada à Chicago. Au cours des sept dernières années, plus de 170 artistes et propriétaires de galerie d'art ont participé à la mission commerciale canadienne à ce salon, ce qui leur a permis de s'informer et de se faire connaître sur ce marché haut de gamme. La séance d'information d'une journée ainsi que les visites au salon et à des galeries d'art de la région donnent à chaque participant une bonne idée de ce qu'il faut faire pour vendre ses œuvres sur le marché états-unien. »

La mission commerciale vise à faire mieux connaître les artistes canadiens et leurs ?uvres et à accroître la présence du milieu artistique canadien dans le Midwest américain. Les personnes intéressées ont jusqu'au 18 octobre 2006 pour s'inscrire et les inscriptions se font dans l'ordre de réception des demandes.

Renseignements : Ann Rosen, consulat général du Canada à Chicago, tél. : (312) 327-3624, courriel : ann.rosen@international.gc.ca, sites Web : www.chicago.gc.ca (cliquer sur Commerce et Investissement) et www.sofaexpo.com.

Une passerelle vers le marché des TI du Moyen-Orient

Dubaï, du 18 au 22 novembre 2006 > Cette année, le consulat du Canada à Dubaï tiendra un pavillon du Canada au salon **Gulf Information and Technology Exhibition (GITEX)**.

Le GITEX est une excellente vitrine pour les entreprises canadiennes de TI qui souhaitent faire connaître leurs produits et services, et Dubaï s'impose de plus en plus comme plaque tournante des TI au Moyen-Orient, avec un marché de 1,9 milliard de consommateurs. Le salon prend beaucoup d'ampleur d'une année à l'autre, si bien que quelque 100 000 visiteurs sont attendus cette année. Bien que la plupart soient originaires des pays du Golfe, de nombreux autres visiteurs viennent d'autres régions du Moyen-Orient, de l'Asie et de l'Afrique.

Les Émirats arabes unis ont une économie ouverte et affichent un revenu par habitant élevé. Bien que le pays demeure fortement tributaire de ses ressources pétrolières et gazières, il a pris des mesures pour atténuer cette dépendance, misant sur d'autres secteurs comme les finances et les TI, ce qui crée des débouchés pour les entreprises canadiennes de TI.

En fait, l'industrie des TI du pays connaît une période de croissance exceptionnelle, particulièrement les marchés des logiciels, du matériel informatique et des télécommunications. La Dubai Technology, Electronic Commerce and Media Free Zone Authority a été établie pour faire la promotion de Dubaï en tant que carrefour technologique. Sa plus importante initiative à ce jour a été de créer la Dubai Internet City, un projet d'infrastructure technologique de 700 millions de dollars.

Renseignements : Fouad Soueid, consulat du Canada à Dubaï, tél. : (011-971-4) 314-5555, courriel : fouad.soueid@international.gc.ca, ou Venky Rao, représentant de l'organisateur au Canada, tél. et téléc. : (905) 876-7815, courriel : dwtc@rogers.com, site Web : www.gitex.com.

Faut-il ou non se rendre sur place?

Les voyages d'affaires peuvent être excitants, mais ils peuvent aussi être très coûteux en temps et en argent. Les nouveaux exportateurs n'ont pas toujours les ressources nécessaires pour explorer régulièrement de nouveaux marchés sur place. Ce qui importe, c'est de déterminer à quel moment il convient de visiter son marché cible. Les projets d'exportation ne nécessitent pas tous des visites sur place, mais la plupart des exportateurs ont avantage à faire de telles visites dans certaines circonstances particulières.

Planifier : pour bon nombre d'exportateurs, l'un des meilleurs moyens d'étudier le marché consiste à se rendre sur le terrain pour y recueillir des renseignements de base.

Rencontrer des clients importants ou assister à des manifestations commerciales : les entretiens face-à-face aident souvent à établir des relations solides. Cela montre à vos clients éventuels que vous les respectez et les prenez suffisamment au sérieux pour tenir à les rencontrer personnellement.

Diagnostiquer les difficultés : l'exportation est une activité complexe qui présente de nombreuses facettes. Si un problème surgit, vous voudrez en prendre connaissance sur place et décider vous-même comment le résoudre.

Prendre de l'expansion : l'exportation peut s'avérer très profitable. Pour en tirer le plus grand parti, vous voudrez peut-être explorer sur place la possibilité d'étendre votre présence à l'étranger.

Avant de partir, n'hésitez pas à consulter le guide d'Équipe Canada inc *Planifier des voyages d'affaires à l'étranger*, disponible à l'adresse www.exportsource.ca/gol/exportsource/site.nsf/fr/es03034.hml, ou à composer le 1-888-811-1119 pour demander de l'aide.

Foire de l'alimentation et de l'hôtellerie en Chine

Shanghai, du 30 novembre au 2 décembre 2006 > Le consulat général du Canada à Shanghai et Agriculture et Agroalimentaire Canada organisent de nouveau un pavillon canadien dans le cadre de l'exposition **Food & Hospitality 2006**.

Connue auparavant sous le nom de Food & Hotel China (FHC), cette foire s'adresse aux marchés chinois de l'alimentation et de l'hôtellerie; on y verra en montre des vins et spiritueux, des confiseries et des produits de boulangerie, ainsi que des expositions présentées par les secteurs dynamiques de l'hôtellerie et du commerce technologique de détail. Parmi les expositions alimentaires internationales qui se tiennent en Chine, FHC est celle qui existe depuis le plus longtemps.

Les produits agricoles et agroalimentaires canadiens sont populaires en Chine, où ils jouissent d'une bonne réputation pour leur salubrité et leur qualité élevée. Les aliments transformés et emballés, les viandes, les fruits de mer, les produits laitiers, les boissons et les principaux ingrédients alimentaires occupent une place de choix à cet égard.

Pour plus de détails, consulter le site http://atn-riae.agr.ca/events/4129_f.htm ou communiquer avec Dora Wang au consulat général du Canada à Shanghai; tél. : 011.86.21.6279.8400; fax : 011.86.21.6279.7456; courriel : dora.wang@international.gc.ca; ou avec Blair Gowan à Agriculture et Agroalimentaire Canada; tél. : 613.759.7524; fax : 613.759.7506; courriel : gowanb@agr.gc.ca.

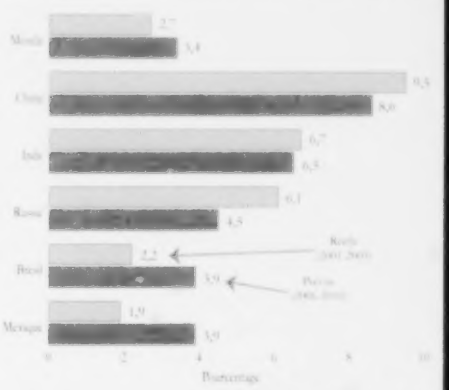
Au Brésil, croissance inférieure à celle des autres grands marchés émergents

Même si l'on prévoit un accroissement de l'activité économique moyenne au Brésil dans les cinq prochaines années, cette croissance sera plus modeste que dans les autres grands pays émergents. Au cours des cinq dernières années, le Brésil a affiché un taux de croissance annuelle moyen de 2,2 %, ce qui est sensiblement inférieur aux taux enregistrés en Chine, en Inde et même en Russie, lesquels sont de trois à quatre fois plus élevés. Dans les cinq prochaines années, la croissance moyenne du Brésil progressera de manière significative pour atteindre 3,9 %, dépassant la moyenne mondiale de 3,4 %. Par ailleurs, bien que l'on s'attende à un léger ralentissement en Chine et en Inde au cours de la période de 2006-2010, ils feront mieux que le Brésil, avec des taux de 8,6 % et de 6,5 %, respectivement.

Données fournies par la Direction de l'analyse des données courantes et structurelles, Bureau de l'économiste en chef (www.international.gc.ca/eet).

FAITS ET CHIFFRES

Croissance annuelle moyenne du PIB



Source : Global Insight

MANIFESTATIONS COMMERCIALES

Nashville, du 16 au 21 novembre 2006 >
Le National Council of Teachers of English Annual Convention s'emploie à promouvoir les activités de recherche et d'enseignement et les réalisations d'étudiants dans le domaine de la langue anglaise, à tous les niveaux scolaires.
Renseignements : The National Council of Teachers of English,
tél. : (217) 328-3870 ou 1 877 369-6283,
téléc. : (217) 328-9645, site Web :
www.ncte.org/profdev/conv/annual.

Guadalajara, du 25 novembre au 3 décembre 2006 >
La Guadalajara International Book Fair, organisée par l'Université de Guadalajara, est une des activités les plus importantes de l'industrie de l'édition en espagnol.
Renseignements : Guadalajara International Book Fair,
tél. : (011-52-33) 3810-0331 ou 3268-0900,
téléc. : (011-52-33) 3268-0921,
courriel : fil@fil.com.mx,
site Web : www.fil.com.mx.

Budapest, du 9 au 11 novembre 2006 >
BuyBrands Show, foire commerciale internationale dans le domaine des franchises, a attiré quelque 80 exposants et plus de 4 500 visiteurs l'an dernier, soit 80 % de plus qu'en 2004.
Renseignements : Krisztina Molnar, ambassade du Canada en Hongrie,
tél. : (011-36-1) 392-3360,
téléc. : (011-36-1) 392-3390,
courriel : krisztina.molnar@international.gc.ca,
sites Web : www.kanada.hu et www.dakexpo.com.

Munich, du 14 au 17 novembre 2006 >
Electronica est une foire commerciale internationale de l'industrie mondiale de l'électronique, centrée sur les produits pour automobiles, les appareils sans fil, les microcomposantes et les logiciels intégrés.
Renseignements : Canada Unlimited Inc.,
tél. : (416) 237-9939, téléc. : (416) 237-9920,
courriel : bmertens@canada-unlimited.com,
site Web : www.canada-unlimited.com.

Helsinki, du 3 au 5 novembre 2006 >
SkiExpo est la plus importante foire commerciale des pays nordiques dans les domaines des sports d'hiver et du voyage. Cette année, le Canada jouera une rôle de premier plan auprès des organisateurs.
Renseignements : Johan Nyman, ambassade du Canada en Finlande,
tél. : (011-35-89) 2285-3354,
téléc. : (011-35-89) 601-060,
courriel : johan.nyman@international.gc.ca,
site Web : www.finnexpo.fi/skiexpo.

Toronto, les 25 et 26 septembre 2006 >
La conférence International Business Transactions: Maximizing Business Opportunities in China, India and Other Emerging Markets présente aux exportateurs des mises à jour sur le climat des affaires, sur les questions juridiques et les règlements, ainsi que sur les exigences du droit international en matière de commerce et de concurrence dans les marchés émergents.
Renseignements : Insight Information,
tél. : 1 888 777-1707, téléc. : 1866 777-1292,
courriel : order@insightinfo.com,
site Web : www.insightinfo.com

New Delhi, du 26 au 28 octobre 2006 >
Interbuild India est une exposition internationale axée sur les industries du bâtiment, de la construction et de l'aménagement intérieur, d'une valeur d'environ 60 milliards de dollars et qui ne cesse de croître.
Renseignements : Viney Gupta,
Haut-Commissariat du Canada à New Delhi,
tél. : (011-91-11) 4178-2000,
courriel : viney.gupta@international.gc.ca,
site Web : www.interbuild-india.com.

Shanghai, du 21 au 24 novembre 2006 >
Bauma China est une foire commerciale bien établie dans le domaine du bâtiment et des matériaux de construction, accueillant quelque 50 000 visiteurs en provenance de la Chine et de partout dans le monde.
Renseignements : Henrike Burmeister,
Messe München GmbH,
tél. : (011-49-89) 949-20245,
téléc. : (011-49-89) 949-20249,
courriel : Henrike.Burmeister@messe-muenchen.de,
sites Web : www.bauma-china.com et www.bauma.de.

New Delhi, du 2 au 4 novembre 2006 >
Water Aia est une foire commerciale et une conférence d'envergure internationale sur le traitement de l'eau et des eaux usées, les instruments d'analyse, le traitement de l'eau de mer, le matériel de dessalement ainsi que les réseaux d'égouts et les membranes. La gestion des déchets solides et des déchets dangereux a récemment été ajoutée au programme en raison du nombre de débouchés qu'elle offre.
Renseignements : Viney Gupta,
Haut-Commissariat du Canada à New Delhi,
tél. : (011-91-11) 4178-2000,
courriel : viney.gupta@international.gc.ca,
site Web : www.waterasia2006.com.

Hong Kong, du 13 au 16 octobre 2006 >
ElectronicAsia, foire commerciale internationale axée sur les composants, ensembles et produits électroniques et sur les technologies d'affichage électronique, est la première activité en importance en Asie de l'industrie des produits électroniques et des industries connexes.
Renseignements : Brigitte Mertens,
Munich International Trade Fairs Canada,
tél. : (416) 237-9939,
téléc. : (416) 237-9920,
courriel : bmertens@canada-unlimited.com,
site Web : www.canada-unlimited.com.

Le Service de renseignements de Commerce international Canada offre aux exportateurs canadiens des renseignements ministériels, des publications et de l'orientation. En voici les coordonnées : 1 800 267-8376 (région d'Ottawa : (613) 944-4000), ATS : (613) 944-9136, courriel : enqserv@international.gc.ca, site Web : www.international.gc.ca.

ID#: CHEB.SH00001 XX8 (T)
SHU CHEN
ACQUSITION ASSISTANT
IHS/MICROMEDIA
20 VICTORIA ST
TORONTO ON M5C 2N8

Retourner toute correspondance ne pouvant être livrée au Canada à :
CanadExport (CMS)
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Convention de la poste-publication n° 40064047